

MUSIQUE & DIVERSITÉ

La filière musicale au service de la diversité culturelle

Le colloque *Musique & Diversité* organisé par le Bureau Export de la Musique Française le 4 septembre au Centre Pompidou a été l'occasion d'aborder de nombreux sujets et problématiques liés à la diversité. La *Convention Unesco*, adoptée en octobre 2005 et entrée en vigueur le 18 mars 2007 a été le fil conducteur de la journée. Les professionnels s'accordent sur la nécessité d'une régulation et d'une politique européenne pertinente. Une dynamique positive semble se profiler.

Dans son discours d'ouverture, **Benoît Paumier**, délégué DDAI/DAEI au ministère de la Culture, qui représentait **Christine Albanel**, a salué cette initiative. Elle « rejoint notre ferme volonté de mettre en œuvre concrètement la *Convention Unesco* sur la promotion de la diversité des expressions culturelles » a-t-il déclaré. **Benoît Paumier** a de plus souligné le rôle essentiel des organisations de la société civile qui se sont mobilisées tout au long de ce processus. Elles ont participé à la prise de conscience, dans de nombreux pays, de la nécessité de défendre la spécificité des services culturels et de favoriser la diversité culturelle. Il a souligné « en particulier l'action majeure de la *Coalition pour la diversité culturelle*, qui réunit 53 organisations. La solidarité internationale entre les professionnels

a joué, dans de nombreux de pays, un rôle précieux dans la sensibilisation des gouvernements, complémentaire à l'action du gouvernement français ».

Le délégué au ministère de la Culture rappelle que la *Convention Unesco* a déjà des répercussions concrètes au niveau européen : validation du système d'aide au cinéma et du mécanisme du crédit d'impôt pour les industries culturelles et créatives, ou encore l'adoption récente de la nouvelle directive *Télévision sans frontières* avec la prise en compte spécifiée de la diversité culturelle... Dans cette perspective, le ministère se félicite de la création de l'association *Diversité* et « souscrit pleinement à ses principes et à ses objectifs : optimiser le financement des actions de promotion culturelle ; favoriser les échanges culturels et artistiques avec les pays tiers ; enfin partager notre expérience et notre savoir-faire en matière de politique culturelle par des actions de coopération et de formation avec les pays émergents et en voie de développement ». Il souligne son caractère transversal et multidisciplinaire, qui établit de nouveaux ponts entre les acteurs de la diversité culturelle (musique, livre, radio, TV, cinéma, sociétés d'auteurs...) aux côtés des pouvoirs publics.

Le ministère y voit une « occasion historique » face à des enjeux communs : juridiques, européens et internationaux, technologiques et sociétaux. En outre, la perspective de la présidence française à l'Union européenne au 2^e semestre 2008 est une « opportunité, afin d'influer sur la réflexion de la commission et de nos partenaires européens ». La diversité doit s'exercer en interne, dans les différents pays de l'Union mais aussi dans les relations avec les pays tiers, a rappelé par ailleurs **Benoît Paumier** en se réjouissant notamment de la création d'un

Les nouveaux horizons de la production musicale

En quoi l'environnement numérique peut-il nourrir la diversité ? Les débats ont abordé entre autres les conséquences de la crise sur la production, la baisse des investissements publicitaires sur la musique (-30 % sur le premier semestre), l'érosion de l'effet prescripteur des médias qui suscite moins de ventes, la nécessité de redessiner le paysage professionnel de la filière, et la diversité versus concentration. « Parmi 70 000 titres différents joués sur l'ensemble des médias radio et TV, 3 % concentrent 70 % des diffusions » indique **Jean-Michel Grapin**, directeur général de Yacast. Tandis que **Hervé Rony**, directeur général du Snep, rappelle une constante dans les industries culturelles : ce sont quelques blockbusters au succès caractérisé qui permettent de financer le reste de la production.

Stéphane Bourdoiseau, PDG de Wagram, a évoqué les incertitudes du modèle de production traditionnel, mis à mal par l'arrivée du numérique, l'absence de visibilité des structures indépendantes, la difficulté à produire et développer des artistes aujourd'hui et à trouver les financements nécessaires. Il souligne aussi une autre problématique : la capacité des petites productions locales à exister, estimant que le numérique a un effet évident sur la concentration de l'offre. En l'absence de repères stables, **Stéphane Bourdoiseau** en appelle à l'intervention des pouvoirs publics pour qu'ils régulent les différentes étapes de la mutation de l'industrie musicale et permettent, par un soutien approprié, aux entreprises de la musique de passer ce cap.

Hervé Rony a souligné de son côté la multiplication des moyens, réels ou potentiels, de diffuser la musique, et la multitude d'initiatives de toutes sortes qui en découlent (comme l'offre récemment lancée par Neuf Cegetel), mais là aussi avec des incertitudes. Comment valoriser un contenu en compétition avec un modèle gratuit ? « Nous sommes aujourd'hui dans une phase de tests, avec un contexte de concurrence faussée par l'offre illicite, qui complique toute tentative de mettre en place l'offre légale », explique le directeur général du Snep, en poussant au passage un coup de colère : « On ne peut pas rester dans cette situation politique où prévaut un sentiment d'impunité généralisé et une désinvolture par rapport aux pratiques de peer-to-peer. C'est inacceptable. Il faut que l'Etat en prenne conscience ».

Pour **Hervé Rony**, la dévalorisation de la musique est un problème de fond et « il est essentiel de faire de la pédagogie sur la propriété intellectuelle pour inverser la vapeur ». Considérant comme un processus marginal le phénomène *Artic Monkeys* révélé par *MySpace*, il met en garde contre la confusion que font de nombreux observateurs entre le circuit de détection des talents et le circuit professionnel. Tous soulignent la nécessité pour les artistes d'être accompagnés.

Concernant Internet et ses promesses, **Marc Thonon**, directeur général d'Atmosphériques, a dénoncé « l'escroquerie intellectuelle véhiculée par la presse » et insisté lui aussi sur les fondamentaux : le développement d'artistes est un travail de longue haleine. Pour **Yves Riesel**, PDG de Abeille Musique, une révolution complète doit être faite par les producteurs. **Hervé Rony** ajoute : « Certains de nos détracteurs souhaitent notre disparition. Ce métier doit se repenser totalement. J'ai la conviction profonde que le

producteur est incontournable». Incontournable certes, mais fragile.

Quelles opportunités pour développer la filière musicale ?

Par ailleurs, l'intérêt grandissant pour la musique que manifestent les opérateurs télécoms est aussi source d'inquiétudes. « Plus de 10 millions de mobiles ont été vendus en 2006, dont 25% permettant la lecture ou le téléchargement de musique. La proportion devrait être bien supérieure sur 2007 et l'arrivée attendue de l'iPhone sera un accélérateur » indique **Jean-Marc Tassetto**, directeur général de SFR. « Nous n'interviendrons pas sur la production de contenus, ce n'est pas notre métier. Mais nous serons diffuseur/distributeur » précise-t-il. L'opérateur est lui aussi dans une phase de test et d'apprentissage qui va durer de 18 mois à 2 ans, pendant laquelle diverses options sont explorées : offres tarifaires, technologies, partenariats. « Par exemple, nous croyons beaucoup au lien entre numérique et spectacle » confie **Jean-Marc Tassetto**. Et de reconnaître : « On est tous en train de se chercher ». **Benoît Paumier** avait peu avant annoncé la publication prochaine d'un nouveau rapport du *Département des études et de la prospective du ministère de la Culture* sur les comportements culturels en 2020, à partir d'extrapolations des comportements actuels. De quoi anticiper et affiner les réflexions...

Borey Sok (des Catalyseurs Numériques) a évoqué les outils web 2.0 et les possibilités qu'ils offrent aux artistes pour se faire une place sur la toile et nouer d'autres relations avec leurs fans. Mais pour **Vincent Frérebeau**, directeur du label Tôt ou Tard, le développement de la musique sur Internet est une forme d'illusion, qui alimente une culture de l'amateurisme. « Les gens qui accompagnent et développent les

artistes ont des compétences qu'il faut rémunérer ». Lui aussi considère que, pour s'en sortir, il faut développer d'autres revenus autour de l'artiste (l'édition, le spectacle vivant) et créer une sorte d'écosystème.

Evoquant l'offre récente de Neuf Cegetel, **Stéphane Bourdoiseau** émet des doutes sur la viabilité économique des modèles de ce type et estime qu'un pourcentage sur les abonnements ne peut pas rémunérer l'ensemble des ayants droit. Pour le patron de Wagram, les acteurs de la musique doivent réviser leur mode d'exploitation, passer d'une activité mono-revenus à un modèle multi-revenus, et pratiquer l'intégration verticale en ayant recours à des contrats à 360° (les fameux « contrats 360 », le concept « tendance » de cette rentrée) englobant tous les revenus autour de l'artiste : musique enregistrée, scène, édition, numérique, merchandising...

Les enjeux de la Convention Unesco

En introduction des débats de l'après-midi placée sous le thème « *Promotion, coopération et dialogue interculturel - faire vivre la diversité* », sont intervenus **Bernard Miyet**, président du directoire de la Sacem, **Patrick Zelnik**, président de Naïve et d'Impala, et **Olivier Poivre d'Arvor**, directeur général de Culturesfrance (ex-AFAA).

Bernard Miyet a relevé l'évolution sémantique du concept : exception culturelle à l'origine, puis spécificité culturelle, et aujourd'hui diversité culturelle ; « c'est un continuum qui a toujours le même objet ». Le président de la Sacem a expliqué les enjeux de la Convention Unesco qui « vise à mettre en œuvre une dynamique positive ». Il a rappelé ses points fondamentaux : la reconnaissance en droit international

des spécificités des biens et services culturels, l'affirmation du droit des Etats à se doter de politique(s) culturelle(s) sur leur territoire, des dispositions par lesquelles les pays développés s'engagent à aider les pays émergents et à soutenir le développement de leurs industries culturelles, et l'établissement du principe de non-subordination qui donnera à la convention un statut en droit international, égal à celui des autres traités. « Cela fixe un équilibre sur la scène internationale, notamment face à l'OMC » souligne **Bernard Miyet**.

La *Convention Unesco*, ce n'est pas seulement la protection de la diversité mais aussi sa promotion, rappelle **Patrick Zelnik**. « Il va falloir maintenant l'appliquer et créer les outils appropriés ». Le président de Naïve et d'Impala se réjouit de ce qu'elle implique : « placer la culture au-dessus de l'économie ». Il estime qu'il faut réguler la concentration (« elle tue la diversité ») et équilibrer le marché entre majors et indépendants pour garantir la diversité des répertoires et l'accès au marché. A la conception française qui est de défendre la spécificité des produits culturels, il préfère celle, « plus libérale », d'Impala qui s'intéresse d'abord à la création et au développement des PME culturelles (l'association en rassemble 3 500). « Il n'y a pas de diversité sans pluralisme. Le pluralisme implique la multitude des acteurs, au niveau de la production, de la diffusion et de la distribution. Nous avons demandé à la Commission européenne et au gouvernement de créer un environnement favorable aux entreprises culturelles, au niveau des relations avec les banques, du droit du travail, etc. On aide toujours les leaders mais rien n'empêche d'encourager un tissu de petites entreprises. L'artisanat culturel est une solution à la crise et apporte la diversité, il faut mettre en œuvre de petits projets. »

Pour sa part, **Olivier Poivre d'Arvor**, directeur de Culturesfrance (ex-AFAA) a annoncé qu'il allait publier un « Guide de la diversité culturelle » qui sortira tous les 2 ou 3 ans et dressera un état des lieux dans le monde entier de ses labels, de ses artistes, structures de diffusion et de production, espaces alternatifs et indépendants, une « sorte de guide du routard permettant de savoir qui concourt à la diversité culturelle ».

L'action du Bureau Export pour la diversité culturelle

L'action du Bureau Export a été soulignée au cours des débats. Tant par **Philippe Cohen-Solal**, qui a expliqué le développement de Gotan Project dans le monde (en précisant que l'aide humaine est aussi importante que l'aide financière), que par **Laurent Bizot**, manager de Salif Keita : « c'est aussi grâce à cela qu'il peut aujourd'hui présenter sa culture partout » ! Egalement directeur du label No Format!, il considère l'export comme vital : « Compte tenu de notre catalogue, on va naturellement aller s'adresser aux petites niches dans tous les territoires. On n'a pas le choix. Si on devait se limiter à la France, l'économie serait insuffisante ».

« L'export est devenu de plus en plus important vu le rétrécissement du marché avec la crise » constate **Jean-Philippe Allard**, directeur de Polydor et président du Bureau Export, en soulignant que ce travail prend des années et nécessite des investissements importants pour développer des artistes sur d'autres territoires. « Cela reste malgré tout difficile. On ne nous attend pas forcément. Il faut se battre, convaincre, aller chercher des appuis, voyager avec les artistes, faire beaucoup de showcases et gagner une crédibilité auprès des affiliés. C'est vraiment du long terme ».

L'international fait partie de la mission intrinsèque de l'éditeur, indique pour sa part **Nicolas Galibert**, président de Sony/ATV Music Publishing. « L'export est partie intégrante du cahier des charges. Pour bâtir un catalogue pérenne, il faut avoir une vision de diversité. Les œuvres, de par leur nature immatérielle, voyagent facilement. La diversité est, par essence, dans le quotidien de l'éditeur » ajoute-t-il.

Il est d'ailleurs rare que l'ensemble de la filière musicale - des artistes aux éditeurs, des managers aux producteurs, des indépendants aux majors - s'exprime sur l'importance de l'export. Avec le numérique et les frontières qui disparaissent, il est d'autant plus primordial de prendre sa place sur le marché international. L'export de la musique française permet à la France de participer à cette diversité culturelle mais la filière a besoin d'aide publique afin que notre pays puisse conserver un rôle actif en la matière.

Daniel Winkel, directeur adjoint du BEMF à Berlin, a résumé l'utilité de la structure en Allemagne : « Le Bureau Export est un outil au service de l'ensemble de la filière musicale dans toute sa diversité. Son rôle est d'accompagner les artistes, labels (majors comme indépendants), tourneurs, managers, éditeurs dans leurs démarches à l'export. Cela passe aussi par la réalisation d'études de marchés, par un soutien financier (tour support, promotion, marketing), des mises en relation, la promotion des sorties et des catalogues, la prospection de territoires... A la fois relais, conseiller privilégié et plateforme fédératrice, le Bureau Export est devenu une référence pour les professionnels français et même étrangers. Au point que d'autres pays ont créé - ou sont en passe de le faire - leur propre bureau export, en Autriche, en Hongrie, au Luxembourg, en Allemagne... « Au-delà d'être un outil pour les professionnels, le

Bureau Export de la Musique Française, a aussi, par la nature de son travail, une dimension culturelle et interculturelle et réalise un travail bilatéral » ajoute **Daniel Winkel**.

Bernard Batzen, directeur d'Azimuth Productions, du label Rue Bleue et du festival « Les Méditerranéennes », insiste sur cette notion d'échange. « Il ne faut pas seulement vouloir exporter son artiste mais aussi avoir la volonté de collaborer avec les autres groupes européens. Et ces échanges sont très bénéfiques pour constituer son réseau ». Il souligne au passage « deux freins majeurs à la diversité » : l'un concerne les taxes pour les artistes de l'UE et l'autre les permis de travail et de visa pour les artistes extra-européens. « C'est extrêmement compliqué. Il faut un expert fiscal pour monter une tournée européenne. On rêve tous d'une harmonisation des taxes en Europe ». Par ailleurs, la diversité musicale restera un vœu pieux si des mesures concrètes ne sont pas prises pour aider les artistes du Sud à circuler librement en Europe. « Cela mérite une politique européenne de soutien » conclut Jean-François Michel.

L'importance de la coopération et des échanges

L'importance des échanges, en termes économiques et artistiques, et le partage d'expérience et de savoir-faire dans le domaine de la promotion des musiques ont été soulignés au cours de cette dernière table ronde. **Frédéric Bouilleux**, directeur du département Langue française, diversité culturelle et linguistique de l'Office Intergouvernemental de la Francophonie (OIF), a mis l'accent sur les deux grandes priorités de son organisation : d'une part, l'aide au développement et à la promotion des politiques culturelles, et d'autre part, le soutien à la structuration de filières (image, livre, musique), avec des actions de formation, la mobilisation

des politiques, un accompagnement et un suivi. Pour **Frédéric Bouilleux**, « on ne peut plus se contenter de la subvention. Il faut organiser un rapport plus constructif entre les secteurs public et privé. Les pouvoirs publics doivent soutenir la filière mais il est aussi fondamental que, grâce à d'autres entreprises, l'industrie musicale puisse participer à la diversité culturelle ».

Ali Diallo a présenté le Bureau Export des Musiques Africaines, projet initié par feu **Mamadou Konté** pour permettre la circulation des opérateurs et artistes africains et de leurs oeuvres. Il se concentre dans un premier temps sur six pays (« les plus actifs » : Sénégal, Mali, Burkina Faso, Côte d'Ivoire, Guinée et Bénin). Au programme de la structure : la création de festivals, l'édition de catalogues, la sortie de compilations, des actions de formation (notamment pendant le festival Ouaga Hip Hop pour les managers d'artistes africains), des déplacements au Midem et au Womex... Exemple emblématique de coopération et de relations bilatérales, la structure est déjà soutenue par l'OIF, Culturesfrance, la Sacem, les ministères de la Culture et des Affaires étrangères. Le Bureau Export de la Musique Française collabore bien évidemment avec ce bureau africain en lui apportant son savoir-faire et en l'aidant à trouver des financements. Mais l'appui de la France ne suffit pas. Estimant que les pays du Nord ne s'intéressent pas encore assez à l'Afrique, **Ali Diallo** espère obtenir une aide de l'Union européenne, qui a développé des programmes prévus à cet effet. Présente dans la salle, **Odile Quintin**, directrice générale Education Culture à la Commission européenne, en a pris note.

Jean-Claude Kuentz, DG adjoint de RFI, a souligné le rôle de la radio dans la diffusion des artistes africains, et son influence de par sa présence dans le monde. Pour aller plus loin, RFI

compte lancer une « vitrine créative » sur Internet pour les artistes africains. « La diversité culturelle fait partie du patrimoine génétique de Trace TV », assure pour sa part son PDG **Olivier Laouchez**. Créée suite au rachat de MCM Africa en 2003, la chaîne des musiques urbaines, black et tropicales est distribuée dans une centaine de pays. Elle annonce l'organisation des premiers « Trace Africa Music Awards » l'an prochain, « sans doute au Gabon », avec Wycleef Jean pour ambassadeur. La diversité et l'importance des échanges culturels sont aussi une préoccupation pour **Roland Sandberg**, DG du Swedish Music Information Center / Bureau Export Suédois créé en 1993. Souvent présent à Bruxelles pour participer aux travaux de l'European Music Office, il prône la coopération entre les différents bureaux export en Europe, la stimulation du dialogue interculturel, et la création de nouveaux systèmes de subventions pour la culture. Il considère au passage que l'instauration de quotas (comme sur les radios françaises) est un frein à l'échange avec les autres cultures et à la diversité, sauf si l'on imagine éventuellement des quotas non plus nationaux mais européens.

La Commission européenne sur la même ligne

L'Union européenne et les Etats membres partagent ce



questionnement sur la diversité culturelle, assure dans son discours de clôture, la directrice générale **Odile Quintin**, en soulignant la vitalité de l'industrie musicale française. « Ce débat est au cœur des orientations politiques que nous venons de prendre en matière de culture » indique-t-elle. La Commission a adopté le 10 mai dernier une *Communication sur un agenda européen de la culture à l'ère*

de la mondialisation. Cette initiative est une sorte de manifeste politique sur le rôle de la culture et la volonté de bâtir une coopération plus soutenue. Elle porte notamment sur la circulation des hommes et des œuvres, la promotion des industries culturelles, de la diversité et de la culture et représente un « catalyseur de la créativité dans le cadre de la stratégie de Lisbonne et un élément indispensable dans les relations extérieures de l'Union ». La Commission européenne propose pour cela un budget de 30 millions d'euros de coopération culturelle avec le groupement des Etats ACP (Afrique, Caraïbes, Pacifique). « Le secteur culturel représente 2,5% du PIB en Europe. Vecteur privilégié de la diversité, la musique peut montrer la voie, devenir un secteur laboratoire et un chantier prioritaire » estime **Odile Quintin**, qui annonce la création fin septembre d'un forum culturel européen, « en vue de consulter les parties prenantes » dont la première édition aura lieu à Lisbonne du 26 au 28 septembre prochains.

« Cette journée a permis de montrer l'état de crise dans laquelle se trouve aujourd'hui la filière musicale et la nécessité d'une régulation, mais aussi le potentiel des nouveaux modèles car la filière se met aussi en « état de créativité ». Il faut l'accompagner dans cette étape. On a bien vu les enjeux de la diversité et l'importance de l'industrie musicale pour défendre et promouvoir cette diversité. Une politique doit être mise en place à l'échelle européenne » commente **Jean-François Michel**, directeur du Bureau Export de la Musique Française.

Le Bureau Export de la Musique Française remercie la filière musicale, notamment le SNEP, l'UPFI, la SSCP, la SPPF, la SACEM, le Centre Pompidou et sa directrice Agnès Saal, et ses « partenaires de base » que sont le

ministère de la Culture et de la Communication, et le ministère des Affaires étrangères et européennes, qui ont grandement contribué à la réalisation de cette journée.

